

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk menjelaskan fenomena yang akan dikemukakan dalam penelitian, diperlukan metode penelitian dengan teknik pengumpulan data yang tepat dan akurat agar tujuan penelitian dapat dicapai dengan baik. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, menurut Bogdan dan Taylor⁴⁵, metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Alasan menggunakan metode kualitatif karena metode ini lebih banyak digunakan untuk meneliti dokumen yang berupa teks, gambar, simbol dan sebagainya untuk memahami budaya pada suatu konteks sosial tertentu serta bermaksud untuk mengkaji dan meneliti suatu makna dari fenomena yang diamati.

Oleh karena itu penelitian ini harus diketahui terlebih dahulu tanda-tanda yang ada dalam objek penelitian serta beberapa hal lainnya yang juga perlu diperhatikan, seperti apa fenomena sosial pada iklan yang diteliti. Untuk menganalisis data pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis semiotik yang dikemukakan oleh Roland Barthes, karena secara umum penelitian ini pada akhirnya akan menggambarkan pesan dan penjelasan lebih rinci dari segi makna yakni makna denotasi, konotasi dan mitos yang terkait makna tanda-tanda rekonstruksi citra perempuan dalam iklan “Belvita Breakfast Indonesia” .

⁴⁵ Lexy Moelang. 2012. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya, halaman 3

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah iklan “Belvita Breakfast Indonesia” dengan durasi 32 detik yang memunculkan makna tanda-tanda rekonstruksi citra perempuan dalam iklan.

3.2. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh untuk penelitian ini terbagi menjadi dua jenis antara lain :

1. Data Primer

Data primer merupakan data berupa visual dan teks yang divisualkan dalam iklan televisi “Belvita Breakfast Indonesia” yang diunduh dari youtube pada tanggal 16 Juni 2017, nantinya akan diteliti dan amati setiap *shot* yang menjadi makna tanda-tanda rekonstruksi citra perempuan, lalu dijadikan lampiran penelitian dalam bentuk cetak (foto atau print).

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dengan membaca literatur, buku-buku bacaan dan jurnal ilmiah tentang rekonstruksi citra perempuan atau yang berkaitan dan relevan dengan objek penelitian yang akan diteliti.

3.3. Unit Analisis Data

Peneliti menggunakan unit analisis berupa potongan-potongan *shot* dalam video iklan Belvita breakfast indonesia. Setiap potongan *shot* akan dikelompokkan dalam tabel untuk mengetahui pemaknaan tanda-

tanda rekonstruksi citra perempuan dalam iklan belvita breakfast Indonesia.

3.4. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif ini penulis sendiri yang bertindak sebagai instrumen dan alat penelitian, Nasution menyatakan⁴⁶ peneliti adalah kunci instrument atau alat penelitian utama. Dialah yang mengadakan sendiri pengamatan. Hanya manusia sebagai instrument dapat memahami makna interaksi antar-manusia, membaca gerak muka, serta menyelami perasaan dan nilai yang terkandung dalam ucapan dan perbuatan dalam responden atau objek peneliti

Peneliti mengobservasi dengan teliti objek penelitian. Yakni mencari makna tanda-tanda rekonstruksi citra perempuan dalam iklan televisi Belvita Biskuit Indonesia serta didukung dengan pengkajian konsep dan teori tentang permasalahan penelitian dari jurnal, internet dan buku-buku.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Sebagai sumber data primer peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan telaah dokumen yaitu video iklan “Belvita Breakfast Indonesia”, yang selanjutnya dilakukan pengamatan mengenai makna tanda-tanda rekonstruksi perempuan di dalamnya. Sebagai sumber data sekunder diperoleh dari kepustakaan yang turut mendukung data utama dari penelitian yang dilakukan.

⁴⁶ Andi, Prastowo. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif : Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: AR-RUZZ Media, halaman 43

3.6. Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan, terutama potongan-potongan adegan yang menunjukkan adanya makna tanda-tanda rekonstruksi citra perempuan dalam iklan lalu dipaparkan secara singkat dan jelas melalui tabel kerja analisis sebagai berikut :

Tabel 3.1

Tabel Kerja Analisis

No. Shot	Potongan shot	Non Verbal	Verbal
		Treatment	Text/Dialog
		Setting/Angel/Gesture	

Sumber : dari Nurul Aini⁴⁷

Setelah dilakukan pengelompokan dengan table diatas, kemudian dijelaskan tentang potongan-potongan *shot*, maka peneliti mulai melakukan identifikasi dan pemaknaan dari hal-hal berupa tanda, lalu dibuat tabel pemaknaan sebagai berikut :

Tabel 3.2.

Tabel Pemaknaan Tataran Kedua Roland Barthes

No	Karakteristik	Signifier (penanda)	Petanda	
			Denotatif	Konotatif
1,	Peran			
2.	Bahasa Tubuh			
3.	Setting			

⁴⁷ Nurul Aini, 2017 "*Representasi Simbol LGBT Dalam Video Klip "YOUTH" Oleh Troye Sivan*", (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang Malang), halaman 76

4.	Warna			
5.	Budaya			
6.	Produk			

Sumber : dari Nurul Aini⁴⁸

Setelah semua yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui makna tanda-tanda rekonstruksi citra perempuan dalam iklan Belvita Breakfast Indonesia, yang sesuai dengan permasalahan penelitian yang ada untuk mencapai tujuan peneliti pula yaitu menyampaikan makna secara keseluruhan dari data yang disajikan dan dideskripsikan secara interpretative.



⁴⁸ Ibid, halaman 77